

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИНСТИТУТ ЖУРНАЛИСТИКИ
ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛИСТИКИ
Кафедра периодической печати**

БАРЩЕВСКАЯ
Анастасия Михайловна

РЕЦЕПЦИЯ ОБРАЗА АВТОРА В ИНТЕРНЕТЕ

Дипломная работа

Научный руководитель:
кандидат филологических наук,
доцент
Л. П. Саенкова

Допущена к защите

« ____ » _____ 2015 г.

Минск, 2015

РЕФЕРАТ

Объем дипломной работы – 60 страниц.

Количество иллюстраций – 0.

Количество таблиц – 16.

Количество приложений – 2.

Количество использованных источников – 46.

Ключевые слова: РЕЦЕПЦИЯ, АВТОР, ОБРАЗ АВТОРА, ЖУРНАЛИСТ, ИНТЕРНЕТ, КОММЕНТАРИЙ, МАТЕРИАЛ, ТЕКСТ, ОТЗЫВ

Объектом исследования в данной работе выступает интернет-пространство, *предметом* – рецепция образа автора в интернете.

Целью представленной работы является изучение способов и средств отражения образа автора в журналистских текстах и выявление механизмов формирования определенного мнения о данном образе у реципиента.

Поставленная цель предполагает решение следующих *задач*:

- ознакомиться с трудами учёных и исследователей по заданной тематике;
- рассмотреть дефиниции понятий «авторский стиль» и «авторский язык» и обозначить их значимость в контексте данной работы;
- разобраться в сущности определения «образ автора»;
- произвести сравнительно-сопоставительный анализ образа автора в журналистике и литературе;
- очертить специфику выражения авторского «Я» в интернете;
- выявить механизмы сосуществования в цепочке понятий «журналист-текст-читатель»;
- получить представление о теории «странствующей точки зрения» В. Изера и «горизонте ожидания» Х.Р. Яусса; определить основные этапы знакомства читателя с автором;
- классифицировать читательские комментарии, основываясь на материалах интернет-портала tut.by;
- определить основные этапы знакомства читателя с автором;
- проанализировать влияние характера новости на рецепцию автора;
- выявить взаимосвязь между претензиями к тексту и рецепцией образа автора.

Данное исследование проведено с использованием системно-структурного анализа, а также сравнительно-сопоставительного и

описательного методов.

В результате проведённой работы мы пришли к выводу о том, что рецепция образа автора в интернете во многом обусловлена ожиданиями и вкусами пользовательской аудитории интернет-ресурсов, а также характером транслируемой новости.

РЭФЕРАТ

Аб'ём дыпломнай працы – 60 старонак.

Колькасць ілюстрацый – 0.

Колькасць табліц – 16.

Колькасць дадаткаў – 2.

Колькасць выкарыстаных крыніц – 46.

Ключавыя словы: РЭЦЭПЦЫЯ, АЎТАР, ВОБРАЗ АЎТАРА, ЖУРНАЛІСТ, ІНТЭРНЭТ, КОМЕНТАР, МАТЭРЫЯЛ, ТЭКСТ, ВОДГУК.

Об'ектам даследвання ў дадзенай рабоце з'яўляецца інтэрнэт-прастора, прадметам – рэцэпцыя вобраза аўтара ў інтэрнэт-прасторы.

Мэтай прадстаўленнай работы з'яўляецца вывучэнне спосабаў і сродкаў адлюстравання вобраза аўтара ў журналістскіх тэкстах і выяўленне механізмаў фарміравання пэўнага меркавання на конт дадзенага вобраза ў рэцэпіента.

Прадстаўленная мэта прадугледжвае рашэнне наступных задач:

- пазнаеміцца з працамі вучоных і даследчыкаў па зададзенай тэматыцы;
- разгледзіць дэфініцыі паняццяў «аўтарскі стыль» і «аўтарская мова» і акрэсліць іх значэнне ў кантэксце дадзенай работы;
- разабрацца ў сутнасці тэрміну «вобраз аўтара»;
- правесці параўнальна-супастаўляльны аналіз вобраза аўтара ў журналістыцы і літаратуры;
- акрэсліць спецыфіку выражэння аўтарскага «Я» у інтэрнэце;
- вылучыць механізмы суіснавання ў ланцугу азначэнняў «журналіст-тэкст-чытальнік»;
- атрымаць уяўленне аб тэорыі «punkту гледжання» В. Ізера і «гарызонце чакання» Х.Р. Яўсса; вызначыць асноўныя этапы знаемства чытача з аўтарам;
- класіфікаваць чытацкія каментарыі, абапіраючыся на матэрыялы інтэрнэт-портала tut.by;
- вызначыць асноўныя этапы знаемства чытача з аўтарам;
- прааналізаваць уплыў характару навіны на рэцэпцыю аўтара;
- вылучыць узаемасувязь паміж прэтэнзіямі да тэксту і рэцэпцыяй вобраза аўтара.

Дадзенае даследванне праведзяна з выкарыстаннем сістэмна-структурнага аналізу, а таксама параўнальна-супастаўляльнага і апісальнага метадаў.

У выніку праведзянай працы мы прыйшлі да вываду аб тым, што рэцэпцыя вобразы аўтара в інтэрнэце з большага абумоўлена чаканнямі і густамі карыстальніцкай аўдыторыі інтэрнэт-рэсурсаў, а таксама характрам навіны.

ABSTRACT

The volume of the thesis - 60 pages.

The number of illustrations - 0.

Number of tables – 16.

The number of applications - 2.

The number of sources used – 46.

Keywords: PERCEPTION, AUTHOR, AUTHOR'S IMAGE, JOURNALIST, INTERNET, COMMENT, MATERIAL, TEXT COMMENT.

The *object* of study in this paper is online space, the *subject* is perception of author's image in internet.

The *aim* of the present work is to study ways and means to reflect the image of the author in the journalistic texts and identify specific mechanisms of opinion formation of this image by the recipient.

This goal involves the following *tasks*:

- make familiar with works of scientists and researchers on the given subject;
 - consider definition of the concepts of "author's style" and "author's language" and indicate their importance in the context of this work;
 - understand nature of the definition of "image of the author";
- produce comparative benchmarking of the image of the author in journalism and literature;
- outline specifics of the expression of the author "SELF" in the internet;
 - clarify mechanisms of co-existence in the chain concepts of "journalist-text-reader";
 - gain an understanding of the W. Iser's theory of "wandering viewpoint" and HR Jauss's "horizon of expectations"; identify main stages of introducing the reader to the author;
 - classify readers' comments, based on materials from the internet portal tut.b;
 - identify main stages of introducing the reader to the author;
 - analyze impact of the news on the nature of the author's perception;

- identify the relationship between the claims of the text and the reception of the author's image.

This study was conducted using a systematic structural analysis as well as comparative and descriptive methods. As a result of the work we have come to the conclusion that the perception of the author's image in the internet is largely due to the expectations and tastes of the users of internet resources as well as the nature of broadcasted news.